



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, INOVASI PRODUK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA PRODUK KOSMETIK SARIAYU DI
JABODETABEK)**

SKRIPSI

NADA NABILA 2010111089

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

JAKARTA

2023



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, INOVASI PRODUK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA PRODUK KOSMETIK SARIAYU DI
JABODETABEK)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

NADA NABILA 2010111089

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

JAKARTA

2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Nada Nabila

NIM : 2010111089

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 11 Desember 2023

Yang Menyatakan,



(Nada Nabila)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nada Nabila
NIM : 2010111089
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : SI Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi yang berjudul :

Pengaruh *Brand Image*, Inovasi Produk, dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Kosmetik Sari Ayu di Jabodetabek)

Beserta Perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 11 Desember 2023



(Nada Nabila)

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, INOVASI PRODUK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Kosmetik SariAyu di Jabodetabek)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Nada Nabila

2010111089

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 21 Desember 2023
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Yuliani, SE, MM
Ketua Penguji



Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE, M.Si
Penguji I



Drs. Nobelson, MM, CPM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE, MM
Dekan



Siti Hidavati, SE, MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 21 Desember 2023



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Kamis, 21 Desember 2023:

Nama : Nada Nabila
No.Pokok Mahasiswa : 2010111089
Program Studi : Manajemen S.1

PENGARUH *BRAND IMAGE*, INOVASI PRODUK, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Kosmetik SariAyu di Jabodetabek) dinyatakan **Lulus / Tidak Lulus *)**

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, SE, MM	Ketua	1.
2	Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si	Anggota I	2.
3	Drs. Nobelson, MM., CPM	Anggota II**)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 21 Desember 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga Skripsi ini berhasil diselesaikan dengan judul **”Pengaruh *Brand image*, Inovasi Produk, Dan *Eletronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Kosmetik Sari Ayu di Jabodetabek)”**. Penulis menyadari dalam skripsi ini terdapat kekurangan dan kelemahan, sehingga penulis menerima kritik dan saran dari berbagai pihak. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis telah menghadapi berbagai tantangan dan hambatan. Namun berkat arahan, motivasi, dan dukungan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan segala bentuk tantangan dan hambatan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Drs. Nobelson, MM., CPM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat. Disamping itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta dan keluarga yang tiada hentinya dalam memberikan semangat dan doa untuk penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada teman-teman S1 Manajemen 2020 sebagai teman seperjuangan yang sudah memberikan semangat dan masukan atas penelitian ini. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan manfaat di masa mendatang pada bidangnya.

Jakarta, 26 september 2023

Nada Nabila

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA SIDANG SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Perilaku Konsumen	11
2.1.3 Keputusan Pembelian	11
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	12
2.1.5 Brand image	13
2.1.6 Indikator Brand image	14
2.1.7 Inovasi Produk	14
2.1.8 Indikator Inovasi Produk	15
2.1.9 Electronic word of mouth (E-WOM)	16
2.1.10 Indikator E-WOM	16

2.2	Penelitian Terdahulu	17
2.3	Model Penelitian	23
2.4	Hipotesis	24
2.4.1	Pengaruh Brand image Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.4.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4.3	Pengaruh Electronic word of mouth Terhadap Keputusan Pembelian ...	25
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Definisi Operasional dan Identifikasi Variable.....	27
3.2	Pengukuran Variabel.....	28
3.3	Populasi.....	28
3.4	Sampel.....	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5.1	Jenis Data	29
3.5.2	Sumber Data.....	30
3.5.3	Metode Pengumpulan Data.....	30
3.6	Teknik Analisis Data.....	31
3.6.1	Analisis Deskriptif	31
3.6.2	Partial Least Squares	33
3.7	Uji Instrumen	35
3.7.1	Uji Validitas	35
3.7.2	Uji Realibilitas	35
3.8	Uji Hipotesis	36
3.8.1	Uji R Square (koefisien determinan)	36
3.8.2	Uji T	36
3.9	Kerangka Pemikiran.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	38
4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	41
4.2.1	Deskripsi Data Responden.....	41

4.3	Uji Hipotesis dan Analisis	48
4.3.1	Model Pengukuran Outer Model	48
BAB V PENUTUP.....		63
5.1	Kesimpulan	63
5.1	Keterbatasan Penelitian.....	64
5.2	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN.....		71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	21
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	28
Tabel 3. Skala Likert.....	30
Tabel 4. Kisi-Kisi dan Jumlah Instrumen	30
Tabel 5. Bobot Penilaian Jawaban Responden Berdasarkan Skala Likert.....	32
Tabel 7. Skala Likert.....	43
Tabel 8. Indeks Jawaban Responden	45
Tabel 9. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian....	45
Tabel 10. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Brand Image	46
Tabel 11. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk	46
Tabel 12. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Electronic Word of Mouth	47
Tabel 13. Hasil Outer Loadings	49
Tabel 14. Outer Loadings Setelah Reestimasi	51
Tabel 15. Fornell-Larker Creation	52
Tabel 16. Average Variance Extracted (AVE)	53
Tabel 17. Heterotrait-Monotrait Ratio	53
Tabel 18. Cross Loadings.....	54
Tabel 19. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	55
Tabel 20. Nilai R-Square.....	56
Tabel 21. Koefisien Jalur	56
Tabel 22. Hasil T-Statistik	57
Tabel 23. Hasil Pengujian Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Penurunan Penjualan Sari Ayu Pada Tahun 2018 - 2022	2
<i>Gambar 2.</i> Grafik 10 Brand Kosmetik Lokal Yang Paling Banyak Digunakan Tahun 2022.....	3
Gambar 3. Perbandingan Brand Lokal Kosmetik Kategori Bedak Muka.....	3
Gambar 4. Perbandingan Brand Lokal Kosmetik Kategori Lip Gloss.....	4
Gambar 5. Rating Produk Kecantikan SariAyu Kategori Bedak.....	4
Gambar 6. Opini Konsumen Terhadap Produk Kosmetik SariAyu.....	5
Gambar 7. Opini Konsumen Terhadap Produk Kosmetik SariAyu.....	5
Gambar 8. Rating Produk Sari Ayu Kategori Pensil Alis.....	5
Gambar 9. Opini Konsumen Terhadap Produk Kosmetik SariAyu.....	6
Gambar 10. Opini Konsumen Terhadap Produk Kosmetik SariAyu.....	6
Gambar 11. Model Penelitian	23
Gambar 12. Tahapan-tahapan model Partial Least Square	34
Gambar 13. Kerangka Model Penelitian.....	37
Gambar 14. Logo Sari Ayu	38
Gambar 15. Produk Kosmetik Sari Ayu Kategori Skincare	40
Gambar 16. Produk Kosmetik Sari Ayu Kategori Make Up	40
Gambar 17. Identitas Responden Berdasarkan Usia	41
Gambar 18. Identitas Responden Berdasarkan Domisili	42
Gambar 19. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Gambar 20. Identitas Responden Berdasarkan Uang Saku / Pendapatan	43
Gambar 21. Outer Model	49
Gambar 22. Outer Model Setelah Reestimasi	51
Gambar 23. Campaign Clean Beauty Sari Ayu	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 2. Data hasil kuesioner 104 responden	75
Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden	86
Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif	88
Lampiran 5. Hasil Pengolahan Data.....	90